互联网时代出版编辑职业能力提升策略

张文涛
（吉林大学出版社，吉林 长春 130021）

摘　要：互联网的发展给人们的生活带来了极大的改变，传统出版行业也受到了一定的影响。为适应时代发展，出版编辑需要不断提升自己的职业能力。工作过程中，出版编辑需要深入分析互联网时代图书出版行业的发展趋势，找出自己工作中的不足之处，并探索提升职业能力的方法，做出适当调整。做到紧跟时代步伐，进而提升出版物的市场竞争力，以此满足读者需求，提升出版图书的质量，提高工作效果。

关键词：互联网时代；出版编辑；职业能力；人才培养；创新思维　　**中图分类号：**G238　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）10-123-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.10.037
本文著录格式：张文涛．互联网时代出版编辑职业能力提升策略 [J]. 中国传媒科技，2021（10）：123-125.

导语

一直以来，读书都是人们提升自我修养的重要途径，因此，出版社必须具备文化担当意识，保障出版图书的质量。在图书出版过程中，出版编辑需要具备不断学习的精神，提升自己的专业素养，进而在工作过程中，保障出版图书的价值，使其既能满足读者的情感需求，又能让读者有所收获，因此，出版编辑的职业素养至关重要。在信息化时代，人们可以通过多种途径进行阅读，这对传统图书出版行业造成了一定的影响。但人们通过电子媒介阅读时，很难保障阅读内容的文化价值与思想深度，所以，在新背景下，出版编辑可以强化自己的知识储备与创新意识，借助信息化手段收集图书市场的信息，分析读者的实际需求，形成自己的特色，通过提升出版图书的质量，从多个角度满足读者的需求。

1. 传统出版编辑的工作现状

从本质上说，编辑必须具备信息内容价值的挖掘、优化与传播的能力。当下，人们对图书质量要求的提升，要求出版编辑必须能够跟上时代发展的步伐，提升自身职业能力，能够及时发现有价值的信息，并完成内容价值的传播和运营，以此提升出版图书的市场竞争力。然而，部分出版编辑在实际工作过程中，还存在一些问题：①缺乏创新意识。在工作过程中，一些出版编辑依然采用传统的工作模式，出版内容、出版载体形式以及图书宣传方式都缺乏创新，导致出版的图书产品无法满足市场需求。②读者意识不足。当下，读者有了更多选择图书的平台，因此，必须从读者的角度审视出版编辑的工作。很多出版编辑都无法做到从读者的角度思考，在选题、设计等工作环节开展的过程中，忽视了读者的个性需求，这就无法实现让出版图书受到更多读者的喜爱。③信息素养不足。在出版业的发展过程中，信息素养已经成为出版编辑需要具备的一种能力。然而，很多出版编辑的信息素养不足，不能及时关注网络中的各类信息，这就导致在工作过程中，无法快速获得最新信息，也无法借助互联网拓展工作思路，导致无法出版符合时代步伐的产品。④宣传力度不足。很多出版编辑在开展图书宣传工作时，往往采用传统的宣传方式。在信息化时代，人们更依赖于使用电子媒介获取最新信息，如果不能在互联网的辅助下加强出版图书宣传力度，很难让读者发现最新出版的图书，也就无法进行阅读。⑤选题能力不足。选题方向的合理性，可以在很大程度上影响读者对出版物的接受程度。[1] 一些出版编辑选题能力较弱，很难让出版物符合读者的喜好与需求，从而影响了出版物的市场竞争力。

2. 互联网时代出版编辑职业能力提升的意义

在互联网时代的背景下，出版编辑必须提升自己的职业能力，逐渐成长为具有极强专业能力、业务能力、学习能力等的复合型人才。[2] 只有这样，才能做到在工作中，能够紧跟时代步伐，快速挖掘出具有探究价值的信息，选择能够受到读者欢迎的选题，并根据实际情况，判断出版形式。出版编辑职业能力的提升具有重要意义：①提升出版物的质量。想要提升出版图书的质量，编辑必须加强对核心能力的认知，提升文本的多样处理能力，理解用户需求。[3] 这就要求出版编辑具有极强的职业能力，能够在工作过程中，快速挖掘出有价值的信息，并通过自己的知识储备，开展稿件的修改工作，提升出版物的质量。②提升出版物的吸引力。出版编辑需要让出版物受到更多读者的喜爱。而职业能力的提升，可以让出版编辑更好地开展选题、改稿、宣传工作，让出版物能够吸引更多的读者。③提升读者的满意度。出版产品必须能够让读者满意，只有这样，才能让出版产品的市场竞争力得到提升，而想要让出版物更好地满足读者的需求，需要出版编辑在工作过程中，深入探索读者的喜好，并以此为基础开展图书出版工作。

3. 互联网时代出版编辑职业能力提升策略

3.1 提升信息挖掘能力

出版图书能否获得读者的喜爱和认可，取决于出版

编辑的信息挖掘能力。只有当出版编辑具备了对内容价值的洞察力，才能提升自身工作有效性，所以，在互联网时代，出版编辑需要注意提升自己挖掘有效信息的能力。出版编辑需要从以下方面开展信息挖掘工作：①挖掘有价值的信息。具备发现能力的出版编辑，能够在生活和工作中发现美好的事物，发现具有深入研究意义的题材，选出符合时代精神的稿件内容，进而通过适当的加工和处理，提高出版图书的质量。②挖掘未来的热点内容。出版编辑在工作过程中，必须具备一定的预判能力，能够掌握信息应用场景的时间差。做好编辑工作中的预判工作，深刻把握时间和信息的匹配关系，做到在读者需要的时刻，能够购买到已经出版的图书，而图书中的信息与内容，恰好与当代热点内容相符，真正做到出版与时代发展同步的产品。所以，在寻找信息价值的过程中，出版编辑不仅需要发现社会中的热点内容，还要做到具备能够真正与时代同步的编辑和策划能力。③发现读者的阅读需求和喜好。出版编辑需要深入了解读者的阅读需求和阅读喜好，这样，才可以在工作过程中，确定图书主要内容范围、类型特点以及主题思想。因此，出版编辑必须能够挖掘更多读者相关信息，进而更好地把握读者的心理需求，以此确保出版内容能够在图书市场占据有利地位。在互联网时代，出版编辑可以利用微博、微信等网络平台挖掘最新实时信息，并通过大数据技术收集读者阅读习惯与心理需求，并根据实际情况将收集到的信息进行分类，对读者的喜好进行分析。这样，可以更好地从读者的角度进行思考，为不同读者群体选择出版内容，并在信息技术的辅助下，为不同群体的读者提供个性化服务。

3.2 提升鉴赏能力

创作的过程是自由的，作者可以将自己的生活感悟以及科研情况等使用文字进行表达。但出版编辑在工作过程中，必须从多个方面考虑，深入分析出版要求、读者需求以及市场情况等，对作品进行理性解读，并帮助作者提升作品质量。编辑需要在调研与分析阶段，做到在分析行业特性、竞争环境、盈利情况的基础上，判断出版产品的可行性。[4] 因此，出版编辑必须具备极佳的鉴赏能力：①提升对内容的鉴赏能力。在选择图书内容时，需要挖掘作品中的思想价值。图书是宣传先进文化的载体，因此，出版编辑必须坚持正确的出版方向，在题材和内容的选择等各个环节中，把握正确的指导思想，使出版图书具有服务社会、启迪思想等价值。②提升对主题的鉴赏能力。鉴赏作品时，要把握读者需求。在开展编辑工作的过程中，编辑必须坚持以读者为中心，根据实际情况及时调整编辑方向，提升选题和策划的能力，满足读者的个性化需求。[5]在筛选出版图书内容的过程中，需要结合自己的道德理念以及读者的审美观点，对稿件进行评价和处理，选取更多符合读者价值观，且兼具审美价值与营养价值的作品，提升读者对图书的满意度。③提升对细节的鉴赏能力。图书的封面、插图、排版等设计，也会在很大程度上影响读者的阅读体验。所以，除文字内容外，出版编辑也要根据自己的专业能力，选择精美的封面和符合当代人审美素养的插图。在互联网时代，鉴赏能力的提升，不仅需要出版编辑在长期学习、思考中得到阅历的提升，还需要在互联网的辅助下，了解到读者的阅读喜好，进而有针对性地进行图书内容的选择。

3.3 丰富知识储备

出版编辑不仅需要丰富的工作经验，还要具备一定的知识储备。出版编辑的知识储备，可以在一定程度上影响出版图书的质量。一方面，出版编辑的知识储备有助于信息的鉴别和筛选。在审稿过程中，经常与接触到一些虚假信息、垃圾信息以及错误信息等。如果没有知识储备，就无法有效进行信息的鉴别。另一方面，出版编辑的知识储备有利于提升稿件质量。在工作过程中，出版编辑需要具备渊博的知识，既能够了解各学科的专业知识，还要了解社会中的最新消息，并在深入解读作者表达内容的基础上，帮助作者提升作品质量。可以说，经验可以让编辑快速发现问题，但只靠经验，是无法为作者提供帮助的。只有具备扎实的专业知识，才能在发现问题的基础上，协助作者解决问题。所以，在日常生活与工作中，出版编辑需要不断提升自身知识储备。互联网有利于知识的获取，因此，出版编辑可以借助手机、电脑等媒介进行信息的收集和整理，建立自己的知识体系，在日常工作和生活中，阅读各类新闻资讯，并将其进行分类，发现其中隐藏的价值和信号，从而做到领先于时代。同时，出版编辑人员之间还可以通过交流达到扩充研究的目的。通过与同行进行交流，可以更好地吸收信息，创新思维。

3.4 提升文本分析能力

出版编辑必须对文字充满热爱，并具有扎实的文字功底，能够对文本进行细致的分析。通过分析近几年图书出版的情况，不难发现，很多出版编辑对书籍外观的重视程度有所提升，但却忽视了出版物的质量，很难体现出自身的专业素养。[6] 只有具备一定的文字分析能力，才能够保证对文字的敏感，既能通过文字感受作者的思想，又能及时发现作者语言表达中的不当之处，发现稿件中隐藏的问题。同时，耐心和责任心是出版编辑必备的基本素养。出版编辑必须具备严谨的工作态度，对任何一段文字都要进行品鉴，仔细斟酌作者的字句，做到在工作过程中一丝不苟，以此提升出版图书的质量。这就要求出版编辑保持对文字的热爱，这样才会保证工作态度，细致地完成工作。所以，在阅读的过程中，必须感受到作者通过文字表达的内容，并且要考虑的比作者更加深远，这就对出版编辑的文字功底提出了一定要求，

只有能够熟练驾驭文字，才能保证出版图书的社会价值。在提升自身文本分析能力的过程中，出版编辑需要做到：①提升阅读量。除在工作中进行稿件的阅读外，还要做到在闲暇时间主动阅读经典书籍。这样，可以在扩充知识储备的同时，提升自己的文本分析能力。②增加写作量。在写作过程中，可以更好地进行思考，认真斟酌每一个字词的用处，进而提升文字运用能力以及对字句的感悟能力。

3.5 提升改稿能力

出版编辑在工作过程中，经常对稿件作出一定的修改，需要做到最大限度上减少对稿件的修改，但又必须将需要修改的内容准确修改。[7] 每一个人都有自己的想法，在工作过程中，出版编辑要充分尊重作者，不能把别人的稿件改成自己的作品，也要尊重读者，避免出版物中出现观点、事实、文字等方面的错误。因此，出版编辑必须提升改稿能力。想要提升改稿能力，必须遵循以下原则：①以改对为原则。改稿的目的是确保稿件内容的准确度，避免出版物对读者造成误导。因此，改稿过程中，编辑只需要以“改对”为目标，将原稿中的错别字，以及常识性错误等挑出，与作者共同修改，以此提高出版物的质量。②以少改为原则。改稿不同于撰稿，出版编辑在改稿过程中，遇到不需要改的内容，一定不要改。出版编辑只需要找出原稿中非改不可的问题，而非力求“锦上添花”，将自己的想法强加给作者。③以尊重原作为原则。一些编辑在改稿的过程中，希望可以让稿件变得更好，引导作者进行非必要的修改。出版编辑改稿不是为了将稿件“改好”。稿件“好”或“不好”是读者根据自己实际情况作出的评论，而编辑不能为了读者的评价改写他人的作品，而是要尊重作者的思想，与作者共同探讨稿件内涵，在尊重作者的基础上，开展改稿工作。

3.6 借助互联网开展工作

对出版编辑而言，互联网思维有助于工作的开展，借助互联网开展工作，可以实现工作理念的提升，也有助于出版编辑对市场的关注。[8] 互联网时代，想要更好地满足读者的需求，必须将信息技术与图书出版联系起来。这样，出版编辑可以有效借助互联网开展工作，提升选题和宣传效率：①通过互联网开展选题工作。在选题策划的过程中，出版编辑可以借助大数据技术对读者的阅读行为进行分析，把握其阅读偏好以及选择图书的趋势，在此基础上，出版编辑可以对读者的阅读兴趣和图书内容的选择进行预测。同时，还可以通过互联网平台，引导读者参与选题，优化选题模式，让出版图书在更大程度上满足读者需求。②借助互联网开展宣传工作。随着互联网与社交媒体的发展，公众的阅读习惯已经发生了改变，养成了利用碎片化时间获取精练信息的习惯。互联网的应用使出版行业对产品的服务不断创新，实施纸质出版与电子出版同步发行，可以更好地满足读者需求。[9] 出版编辑可以通过网络阅读平台，将图书相关信息呈现在读者眼前。这样，可以在一定程度上扩大宣传效果，让更多读者了解到出版图书的主要内容，产生购买出版图书的欲望。③借助互联网获得读者反馈。借助互联网开展工作，可以更好地获得读者的反馈，进而在今后的出版工作中，有所侧重地调整工作内容与工作重点。出版编辑可以引导读者在网络阅读平台阅读电子图书相关信息时，在阅读平台分享自己的想法，这样，就可以更好地收集读者的阅读反馈，进而在今后的工作中，更好地对出版图书的内容进行优化。所以，在互联网的辅助下，出版编辑可以更好地开展图书出版过程中的选题、宣传等工作，提升出版图书的质量。

结语

不可否认，每一个出版编辑都希望自己可以更好地完成作品。在互联网时代，出版编辑面临着更多的挑战，但也迎来了新的发展机遇。为了在互联网时代提升自己的职业素养，出版编辑需要在工作过程中，与时俱进，在互联网的辅助下开展工作，并积极提升搜集信息与整合信息的能力，强化文字功底，提高出版图书的品质，满足更多读者的实际需求。媒

参考文献

[1] 张宇．新媒体背景下出版社编辑与发行的关系探究 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：70-72.
[2] 戴竹君，陈少志．新时代编辑出版人才的社会需求与职业能力培养探究 [J]. 职业技术教育，2019（32）：40-43.
[3] 卢俊，张永美．编辑的本质：从手工业到智能时代编辑能力的迭代 [J]. 编辑之友，2019（11）：82-89.
[4] 郭海雷．浅析融合出版背景下编辑职业转型的路径选择 [J]. 编辑学刊，2019（1）：79-83.
[5] 李梅．试论融媒体环境下编辑的融合意识与编辑能力 [J]. 出版广角，2019（5）：53-55.
[6] 葛鹏程．试析传统图书出版编辑如何应对大数据时代的冲击 [J]. 中国传媒科技，2020（8）：86-88.
[7] 潘艺林，蒋冬梅．出版编辑改稿重在“少而准”[J]. 出版科学，2019（4）：53-57.
[8] 刘晶．基于大数据时代挑战的传统图书出版编辑改革 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：64-66.
[9] 王建，付小艳．数字出版编辑思维转型：从编辑走向产品经理 [J]. 中国出版，2019（4）：35-38.

作者简介：张文涛（1984-），男，吉林省吉林市，编辑，研究方向：编辑出版。

（责任编辑：胡杨）